

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN
DENGAN PENDEKATAN METODE SERQUAL PADA PT. BPR
"BUDURAN DELTA PURNAMA" BUDURAN, SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada FISIP UPN "VETERAN" JAWA TIMUR**



Oleh :

Sari Dewi K

N.P.M. 0042010090

**YAYASAN KEJUANGAN PANGLIMA BESAR SUDIRMAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2008**

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Dengan Pendekatan Metode *Serqual* Pada PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo”.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan Terima Kasih yang sebesar – besarnya kepada yang terhormat Bapak Drs. Sadjudi, SE, MSi selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan Terima Kasih kepada :

1. Bapak Ir. Didiék Tranggono, MSi. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, SE, MSi. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, MSi. selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Lia Nirawati, MSi, selaku Dosen Wali yang selalu membantu selama kuliah di jurusan Administrasi Bisnis tercinta ini.
5. Seluruh dosen di jurusan Administrasi Bisnis : Pak Rusdi, Pak Edi, Bu Lisa, Bu Ety, Bu Lia, Bu Sonya, Bu Siti, Bu Suparwati, dan Bu Susi.
6. Direktur Utama, Direktur, beserta Karyawan PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo yang telah memberikan pengarahan, informasi, bimbingan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Papa dan Mama beserta Keluarga yang memberikan doa, kasih sayang dan dukungan sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa hasil skripsi penelitian ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dalam penyempurnaan laporan ini.

Akhirnya penulis berharap skripsi penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Mei 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.1.2. Konsep Pemasaran.....	9
2.1.1.3. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.1.4. Persepsi Konsumen.....	18
2.1.1.5. Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.1.6. Harapan Pelanggan.....	21
2.1.2. Jasa.....	22
2.1.2.1. Pemasaran Jasa.....	22
2.1.2.2. Karakteristik Jasa.....	26
2.1.2.3. Kualitas Layanan.....	28
2.1.2.4. Kualitas Layanan Jasa.....	30
2.1.2.5. Manajemen Kualitas Dalam Perusahaan Jasa.....	30
2.1.2.6. Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen	

	Jasa.....	32
	2.1.2.7. Model Kualitas Layanan.....	33
	2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	39
	2.1.3.1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	39
	2.1.4. Lembaga Keuangan.....	43
	2.1.5. Bank.....	45
	2.1.5.1 Pengertian Bank.....	45
	2.1.5.2. Fungsi dan Manfaat Bank.....	46
	2.1.5.3. Konsep Bank.....	47
	2.2. Kerangka Berpikir.....	52
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	54
	3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
	3.1.1. Pengukuran Variabel.....	56
	3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	57
	3.2.1. Populasi.....	57
	3.2.2. Sampel.....	57
	3.2.3. Teknik Penarikan Sampel.....	58
	3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	58
	3.4. Teknik Analisa Data.....	59
	3.4.1. Uji Validitas.....	59
	3.4.2. Uji Reliabilitas.....	60
	3.4.3. Analisis Kualitas Layanan.....	61
BAB IV	GAMBARAN UMUM.....	66
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	66
	4.1.1. Sejarah BPR.....	66
	4.1.2. Lokasi BPR.....	67
	4.1.3. Struktur Organisasi BPR.....	68
	4.1.1. Produk BPR.....	81
	4.2. Penyajian Data.....	83
	4.2.1. Uji Validitas.....	83
	4.2.1.1. Uji validitas pada pertanyaan persepsi	

	konsumen.....	84
	4.2.1.1. Uji validitas pada pertanyaan harapan konsumen.....	88
	4.2.2. Uji Reliabilitas.....	91
	4.2.3. Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan...	93
	4.2.3.1. Persepsi konsumen terhadap dimensi bukti fisik.....	93
	4.2.3.2. Persepsi konsumen terhadap dimensi keandalan.....	95
	4.2.3.3. Persepsi konsumen terhadap dimensi Daya tanggap.....	97
	4.2.3.4. Persepsi konsumen terhadap dimensi jaminan.....	98
	4.2.3.5. Persepsi konsumen terhadap dimensi perhatian.....	100
	4.2.3.6. Persepsi konsumen terhadap dimensi Kualitas layanan.....	101
	4.2.4. Kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan BPR	103
	4.2.4.1. Dimensi bukti fisik dalam kualitas layanan.....	104
	4.2.4.2. Dimensi keandalan dalam kualitas layanan.....	106
	4.2.4.3. Dimensi daya tanggap dalam kualitas layanan.....	110
	4.2.4.4. Dimensi jaminan dalam kualitas layanan.....	113
	4.2.4.5. Dimensi perhatian dalam kualitas layanan.....	116
BAB V	Kesimpulan dan saran.....	121
	5.1. Kesimpulan.....	121
	5.2. Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN.....	128

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.2	Model Konseptual <i>SERQUAL</i>	36
Gambar 2.3	Dua Kelompok Lembaga Keuangan	44
Gambar 3.1	Diagram Kartesius	64
Gambar 4.1	Diagram Kartesius pada dimensi bukti fisik	105
Gambar 4.2	Diagram Kartesius pada dimensi keandalan	108
Gambar 4.3	Diagram Kartesius pada dimensi daya tanggap	111
Gambar 4.4	Diagram Kartesius pada dimensi jaminan	114
Gambar 4.2	Diagram Kartesius pada dimensi perhatian (empati)	118

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data seluruh Nasabah PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo	5
Tabel 2.1	Perbedaan Konsep penjualan dan pemasaran	10
Tabel 4.1	Hasil uji validitas tentang persepsi konsumen pada dimensi bukti fisik	84
Tabel 4.2	Hasil uji validitas tentang persepsi konsumen pada dimensi keandalan	85
Tabel 4.3	Hasil uji validitas tentang persepsi konsumen pada dimensi daya tanggap	86
Tabel 4.4	Hasil uji validitas tentang persepsi konsumen pada dimensi jaminan	86
Tabel 4.5	Hasil uji validitas tentang persepsi konsumen pada dimensi perhatian (empati)	87
Tabel 4.6	Hasil uji validitas tentang harapan Pada dimensi bukti fisik	88
Tabel 4.7	Hasil uji validitas tentang harapan Pada dimensi keandaian	89
Tabel 4.8	Hasil uji validitas tentang harapan Pada dimensi daya tanggap	89
Tabel 4.9	Hasil uji validitas tentang harapan Pada dimensi jaminan	90
Tabel 4.10	Hasil uji validitas tentang harapan Pada dimensi perhatian (empati)	91
Tabel 4.11	Hasil uji reliabilitas pada persepsi konsumen	92
Tabel 4.12	Hasil uji reliabilitas pada harapan konsumen	93
Tabel 4.13	Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	

	dari segi bukti fisik	94
Tabel 4.14	Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	
	dari segi keandalan	96
Tabel 4.15	Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	
	dari segi daya tanggap	98
Tabel 4.16	Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	
	dari segi jaminan	99
Tabel 4.17	Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	
	dari segi perhatian (empati)	100
Tabel 4.18	Persepsi konsumen tentang dimensi-dimensi	
	kualitas layanan	102
Tabel 4.19	Persentase skor kepuasan nasabah berkaitan	
	dengan dimensi bukti fisik	104
Tabel 4.20	Persentase skor kepuasan nasabah berkaitan	
	dengan dimensi keandalan	107
Tabel 4.21	Persentase skor kepuasan nasabah berkaitan	
	dengan dimensi daya tanggap	110
Tabel 4.22	Persentase skor kepuasan nasabah berkaitan	
	dengan dimensi jaminan	113
Tabel 4.23	Persentase skor kepuasan nasabah berkaitan	
	dengan dimensi perhatian (empati)	117

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Gambar Struktur Organisasi	128
Lampiran 2	Kuesioner	129
Lampiran 3	Tabulasi persepsi konsumen dan harapan konsumen terhadap kualitas layanan	133
Lampiran 4	Tabel frekuensi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	139
Lampiran 5	Tabel frekuensi harapan konsumen terhadap kualitas layanan	142
Lampiran 6	Uji validitas dan realibilitas pada pertanyaan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan	146
Lampiran 7	Uji validitas dan realibilitas pada pertanyaan harapan konsumen terhadap kualitas layanan	151
Lampiran 8	Nilai – nilai r product moment	156
Lampiran 9	Rekapitulasi rata – rata skor	157

**ANALISA KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN
DENGAN PENDEKATAN METODE *SERQUAL* PADA PT. BPR
"BUDURAN DELTA PURNAMA" BUDURAN, SIDOARJO**

Oleh : Sari Dewi K

ABSTRAKSI

PT. Bank Perkreditan Rakyat "Buduran Delta Purnama", Buduran, Sidoarjo merupakan salah satu Bank Perkreditan yang ada di kawasan Buduran, Sidoarjo. Laju pertumbuhan nasabah dari tahun 2002 sampai 2007 cenderung mengalami kenaikan, walaupun pada tahun 2005 laju pertumbuhan nasabah sempat mengalami penurunan. Adanya kenaikan laju pertumbuhan nasabah tersebut timbul karena berkaitan dengan hal yang telah disampaikan sebelumnya, yaitu : bagaimana PT. Bank Perkreditan Rakyat "Buduran Delta Purnama", Buduran, Sidoarjo dapat memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan yang telah diberikan PT. Bank Perkreditan Rakyat "Buduran Delta Purnama", Buduran, Sidoarjo dengan menggunakan metode *Servqual* dengan dimensi – dimensi kualitas layanan antara lain dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian.

Populasi yang digunakan adalah para nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat "Buduran Delta Purnama", Buduran, Sidoarjo yang berjumlah 952 orang, dan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 90 orang. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis kualitas layanan dengan model *Servqual*.

Hasil dari analisis metode *Servqual* antara lain : Variabel bukti fisik, yaitu : indikator desain ruangan yang nyaman berada pada posisi C, indikator sarana komunikasi yang lengkap berada pada posisi B, dan indikator kebersihan Bank berada pada posisi B. Variabel keandalan, yaitu indikator biaya administrasi, sesuai dengan ketentuan berada pada posisi C, indikator prosedur peminjaman dana dan pembuatan tabungan yang mudah berada pada posisi C, dan indikator karyawan yang ramah terhadap nasabah pada posisi B. Variabel daya tanggap, yaitu indikator kemudahan menyampaikan keluhan berada pada posisi C, dan indikator kecepatan bank dalam memberikan tanggapan atau penyelesaian berada pada posisi B. Variabel jaminan, yaitu ketelitian dan keramahan teller dan kasir dalam melayani nasabah berada pada posisi C, indikator online (transaksi tercatat sesuai dengan kejadian atau waktu transaksi) berada pada posisi C, dan keamanan atas BPKB, SHM, maupun uang yang disimpan, berada pada posisi B. Variabel perhatian (empati), yaitu indikator kemampuan petugas dalam memberikan informasi terutama bagi nasabah baru berada pada posisi A, indikator dengan sigap karyawan bank membantu kesulitan nasabah berada pada posisi C, dan indikator karyawan bank memberikan perhatian kepada seluruh nasabah dengan baik berada pada posisi B.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak sekali bermunculan perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa dan pelayanan menjadi suatu bagian yang terpenting supaya perusahaan selalu dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan dapat dengan mudah menarik konsumen baru, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan jasa merupakan salah satu sektor penunjang keberhasilan ekonomi. Dalam beberapa tahun terakhir ini jasa layanan semakin mendapatkan perhatian dari kalangan dunia usaha, terutama pada industri atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti halnya perbankan. Industri perbankan yang tumbuh dan berkembang, semakin banyak menawarkan berbagai jenis produk dan jasa perbankan. Hal ini menyebabkan usaha perbankan menghadapi persaingan sangat ketat apalagi didukung dengan semakin mudahnya prosedur mendirikan bank dan membuka jaringan kantor cabang, gencarnya promosi dan pemasangan iklan, serta menawarkan produk tabungan berhadiah. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya.

Bank sebagai lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelancaran aktifitas perekonomian suatu bangsa dengan semakin meningkatnya tingkat perekonomian suatu bangsa akan semakin banyak pula kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan perbankan.

Kualitas layanan memegang peranan yang sangat penting di dalam menentukan kepuasan pelanggan dalam hal ini nasabah. Apalagi nasabah benar-benar memiliki kebebasan untuk pindah ke bank lain, jadi apabila harapan nasabah tidak sesuai dengan kenyataan maka tiap nasabah dapat dengan mudah pindah ke bank lain. Dan sebuah bank yang dapat bertahan dan berkembang serta menarik para nasabah tidak mengandalkan produk yang baik tetapi juga kualitas layanan yang diberikan kepada para nasabah.

Untuk menunjang kualitas pelayanan yang baik harus ditunjang dengan teknik dan prosedur yang benar sehingga fasilitas – fasilitas yang terdapat pada bank dapat berfungsi dengan baik dan benar. Itu semua dapat ditunjang dengan kualitas pelayanan yang baik. Keputusan konsumen atau nasabah akan tercipta dengan baik, apabila terjadi interaksi yang baik diantara keduanya.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan bank sesuai dengan UU pokok perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya disini kegiatan Bank Perkreditan Rakyat jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan Bank Umum. Sebelum ada UU pokok perbankan No. 7 Tahun 1992 bahwa lembaga keuangan Bank yang menerima simpan hanya dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha Bank Perkreditan Rakyat. Tujuan dari Bank Perkreditan Rakyat berdiri terdiri

dari tujuan jangka panjang yang diperkirakan lebih dari satu tahun, yaitu untuk meningkatkan nama baik menjadi bank besar terpercaya, mencapai keuntungan yang maksimal, mengadakan pembetulan yang merupakan tanggung jawab yang dihadapi oleh setiap usaha yang sedang berkembang. pembetulan dari dalam misal penambahan peralatan, pelayanan kepada nasabah harus semakin maju. Pembetulan dari luar misal memperluas daerah pemasaran, serta penambahan jaringan usaha berupa pembukuan kantor cabang baru atau kantor kas. Sedangkan tujuan jangka pendek yang diperkirakan kurang dari satu tahun, yaitu untuk meningkatkan fee base income serta penumpukan dana murah artinya.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) bertekad memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya dilaksanakan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan nasabah, dan menawarkan produk yang beragam serta pelayanan yang memuaskan semua itu tidak lepas dari tugas bagian pemasaran atau marketing untuk lebih memperkenalkan BPR kepada calon nasabah. Salah satu keuntungan BPR yaitu para nasabah dapat memperoleh pinjaman yang berupa kredit, yang diberikan secara cepat, untuk kebutuhan para calon nasabah.

Kegiatan tersebut dapat dilakukan pada PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo, yaitu para nasabah dapat memperoleh pinjaman berupa kredit dengan bunga 2,5 % perbulan. Produk yang lain dari PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo, antara lain penabungan dan deposito. Penabungan dengan bunga 12% tiap tahun diberikan khusus bagi nasabah yang ingin menabung pada PT BPR “Buduran Delta Purnama”

Buduran, Sidoarjo. Sedangkan deposito ada beberapa jenis menurut jangka waktunya, yaitu deposito dengan jangka waktu 3 bulan, bunga yang diberikan 11,5%. Deposito dengan jangka waktu 6 bulan, bunga yang diberikan 12%. Deposito dengan jangka waktu 1 tahun, bunga yang diberikan 13%. Jadi PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo mengupayakan agar bagian marketing atau pemasaran dapat memperkenalkan produk – produk yang dimilikinya, yaitu pinjaman berupa kredit, tabungan, dan deposito.

PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo, juga mengutamakan kualitas layanan, dengan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik. Ternyata yang datang ke PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo, hanya nasabah yang bertempat tinggal disekitarnya. Setelah itu, nasabah PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo bertambah banyak sampai ke Surabaya. Ini berarti ada kemajuan yang sangat pesat bagi PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo.

PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo dapat meningkatkan kualitas layanan maka setiap nasabah mempunyai persepsi yang baik, itu akan memberikan dampak yang baik untuk perkembangan di masa yang akan datang.

Dibawah ini merupakan data jumlah seluruh dan laju pertumbuhan nasabah PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo baik tabungan, deposito, maupun nasabah kredit dari tahun 2002 – tahun 2007, yaitu :

(BPR) merasa bahwa pelayanan yang mereka berikan selama ini masih mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap kualitas layanan dengan metode *sergual* yang digunakan untuk menentukan atribut serta mengukur kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi konsumen terhadap suatu pelayanan. Disamping itu metode metode *sergual* memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan menggunakan metode yang lain yaitu metode ini menjelaskan kualitas layanan yang lebih spesifik di tiap – tiap dimensinya, yaitu : *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Dengan adanya penelitian maka diharapkan PT. BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo, dapat meningkatkan kualitas layanannya seperti yang diharapkan para nasabahnya.

1.2 Perumusan masalah

Dari latar belakang di atas maka yang akan menjadi permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo dengan menggunakan metode *serqual* dengan dimensi – dimensi kualitas layanannya anatara lain dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang telah diberikan PT BPR “Buduran Delta Purnama” Buduran, Sidoarjo dengan menggunakan metode *serqual* dengan dimensi dimensi kualitas layanannya antara lain dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan perhatian.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

- a. Dapat mengetahui dan mengembangkan kemampuan penulis pada teori ilmu pengetahuan yang pernah diperoleh dalam perkuliahan dan di praktekkan secara nyata pada Bank Perkreditan Rakyat
- b. Dapat menambah wawasan dan kemampuan

2. Bagi Bank Perkreditan Rakyat

- a. Dapat memberikan masukan bagi perusahaan supaya lebih baik lagi pelayanan yang diberikan
- b. Sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan selanjutnya

3. Bagi Universitas

- a. Dapat digunakan sebagai referensi peneliti lain dengan materi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti
- b. Dapat memberikan tambahan dan pengetahuan, khususnya kepada mahasiswa